



Formation Google Ads

Programme de formation

Avant Propos

AKYOS COMMUNICATION

5 rue de Mayence 21000 Dijon

Référence : D2.25 Programme Google Ads

Délais de réponse : sous 5 jours

Délais de réalisation : sous 1 mois (après validation du devis)

Me contacter : 03 80 10 23 57 – secretariat@akyos.com

Services pratiques : Accès handicapé.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap :

Pour toute question relative à l'accessibilité des personnes en situation de handicap, veuillez nous consulter : 03 80 10 23 57 – formation@akyos.com

Transports en Commun : Accès handicapé, Arrêt de bus L3 ou F40 "Mayence", des lieux de restauration

Objectifs

- Comprendre le fonctionnement de Google Ads et ses différents types de campagnes (recherche, display, shopping, etc.).
- Créer un compte Google Ads et paramétrer une campagne efficace selon des objectifs définis.
- Analyser les performances d'une campagne à l'aide des indicateurs clés (CPC, CTR, conversions...).
- Optimiser une campagne en ajustant les mots-clés, enchères, audiences et formats selon les résultats.

- Concevoir une stratégie globale de publicité en ligne intégrant le funnel de conversion et les bonnes pratiques.

Personnes concernées

Tout public

Pré-Requis

Admission sans disposition particulière.

Utilisation régulière d'un ordinateur, clavier et souris.

Savoir utiliser les principales fonctions de Windows (copier/coller, ranger des fichiers, lancer une application.)

Être connecté à Internet.

Formation en présentiel ou en distanciel

Dans le cadre de notre programme de formation, nous proposons deux modalités d'apprentissage : en présentiel et en distanciel. Chaque format dispose de ses propres spécificités et exigences pédagogiques.

Formation en présentiel

La formation en présentiel se déroule dans nos locaux, dans une salle équipée pour assurer un apprentissage optimal.

Matériel et équipements

Chaque stagiaire est invité à prévoir :

- Nous mettons à disposition un ordinateur pour chaque stagiaire. Toutefois, les apprenants ont la possibilité d'utiliser leur propre matériel s'ils le souhaitent.
- Un cahier et un stylo pour la prise de notes

Notre salle de formation est équipée de :

- Un grand écran de projection pour les supports visuels

- Un espace de travail adapté pour favoriser les échanges et les exercices pratiques

Modalités pédagogiques

- Formation dispensée par un formateur en direct
- Supports pédagogiques fournis sous format papier et/ou numérique
- Possibilité d'interactions directes avec le formateur et les autres participants

Formation en distanciel

- Dans le cadre du suivi d'une formation à distance, certaines exigences pédagogiques et techniques doivent être respectées.

Accès à la plateforme et aux ressources

- Un lien d'accès à la plateforme de formation en ligne vous sera communiqué
- Mise à disposition des supports pédagogiques (PDF, Google Slides, etc.)
- Accès à une bibliothèque de ressources en ligne (articles, livres électroniques, études de cas)

Conditions techniques requises

Aucun support technique ne sera fourni aux apprenants en cas de dysfonctionnement de leur matériel. Il est donc essentiel de s'assurer en amont du bon état de fonctionnement des équipements suivants :

- Ordinateur en bon état de marche
- Connexion Internet stable et rapide
- Casque audio et microphone de bonne qualité
- Webcam de bonne résolution pour une interaction optimale avec les formateurs

Méthode

Les formations sont ponctuées d'apports théoriques et pratiques.

Des exercices permettent d'appliquer concrètement les nouvelles compétences acquises sur le propre site de chaque stagiaire.

Programme : 14 heures

Formation Google Ads

Comprendre l'écosystème Google Ads

- Identifier les notions de base du référencement payant (SEA) et naturel (SEO). Distinguer les différents réseaux disponibles dans Google Ads.
- Situer Google Ads dans une stratégie de marketing digital globale.
- Analyser les statistiques clés pour évaluer la performance des campagnes.
- Comprendre le fonctionnement du funnel de conversion en lien avec Google Ads.
- Créer et configurer un compte Google Ads.

Choisir et structurer les campagnes

- Définir les objectifs adaptés à chaque type de campagne.
- Mettre en œuvre une campagne sur le réseau de recherche.
- Créer une campagne display pour renforcer la notoriété.
- Lancer une campagne Shopping pour promouvoir des produits e-commerce.
- Exploiter la performance Max pour des campagnes automatisées.
- Découvrir les autres types de campagnes disponibles et leurs cas d'usage.

Optimiser les performances des campagnes

- Sélectionner des mots-clés pertinents selon les intentions de recherche.
- Paramétrer des audiences personnalisées ou similaires.
- Suivre les métriques essentielles (CTR, CPC, taux de conversion...).
- Appliquer les recommandations de Google Ads de façon stratégique.
- Ajuster les paramètres de diffusion (ciblage géographique, planning horaire...).

Utiliser les outils Google pour gagner en efficacité

- Utiliser le planificateur de performance pour simuler l'impact des campagnes.
- Gérer les audiences avec des listes avancées.
- Créer et administrer des listes d'exclusion (mots-clés et emplacements).
- Exploiter Google Ads Editor pour gérer des campagnes à grande échelle.

Intégrer Google Analytics 4 dans sa stratégie

- Expliquer le fonctionnement et les nouveautés de Google Analytics 4 (GA4).
- Identifier l'intérêt de coupler GA4 avec Google Ads.
- Paramétrer le suivi des conversions pour mesurer les performances avec précision.

Évaluations

Dispositif de suivi de l'action

L'action de formation est sanctionnée par une feuille de présence signée par ½ journée et une attestation si besoin sera délivrée pour tous les participants (adressé à l'entreprise en fin de stage).

Dispositif d'évaluation des résultats

Évaluation des connaissances en fin de formation au travers de QCM et questions diverses.

Quatre formulaires d'évaluation de la formation

Avant la formation (positionnement), à la fin de la formation à chaud et trois mois après à froid. Au courant de l'année, un dernier vous sera envoyé pour évaluer votre satisfaction pour la/les formation(s) effectuée(s) au sein de notre organisme.

CONCLUSION et QUESTIONS OUVERTES

Évaluation : QCM en fin de formation.

Prix :

Inter-entreprises 1000 € / personne

Intra-entreprise 1800€ / forfaitaire jusqu'à 4 personnes